



UADEC

UNIDAD 2

ESTRATEGIA DE PRODUCTO EN EL MERCADO INTERNACIONAL



UNIDAD 2. ESTRATEGIA DE PRODUCTO EN EL MERCADO INTERNACIONAL

INTRODUCCIÓN A LA UNIDAD

En un entorno global altamente competitivo, las empresas enfrentan el reto de diseñar productos que no solo respondan a las necesidades de los consumidores locales, sino que también sean viables en mercados internacionales. Esta unidad aborda los fundamentos y estrategias clave para gestionar productos en contextos globales, incluyendo su definición, clasificación, posicionamiento y ciclo de vida. Además, se exploran decisiones estratégicas como la mezcla de productos, desarrollo de nuevas marcas, empaque, etiquetado, embalaje, y la elección entre estandarización o adaptación del producto para distintos mercados. Comprender estos elementos es esencial para lograr una gestión eficaz del portafolio de productos y construir marcas globales sólidas.

OBJETIVO DE LA UNIDAD

El estudiante diseñará planes de mercadotecnia internacional a través del desarrollo de los elementos económicos, políticos, sociales, culturales y legales con el objetivo de introducir un producto en los mercados globales a través de la estrategia de producto, precio, plaza y promoción.

CONTENIDO TEMÁTICO

UNIDAD II: Estrategia de Producto en el Mercado Internacional

- Definición y Clasificación de Producto.
- Posicionamiento del Producto.
- Línea y Mezcla de Productos.
- Portafolio de Productos.
- Desarrollo de Nuevos Productos y Marcas Globales.
- Etiquetado, Envase, Empaque y Embalaje del Producto.
- Estandarización, Adaptación y Creación del Producto Global.
- El Ciclo de la Vida del Producto en el Entorno Internacional (pre-lanzamiento, lanzamiento, crecimiento, madurez, saturación y declive).

UNIDAD 2. ESTRATEGIA DE PRODUCTO EN EL MERCADO INTERNACIONAL

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD

EVALUACIÓN	PUNTOS
ACTIVIDAD: PORTAFOLIO Y POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO	4
ACTIVIDAD: ANÁLISIS DE ETIQUETA Y EMPAQUE DE UN PRODUCTO	4
CONTROL DE LECTURA: PRODUCTO Y CLASIFICACIÓN DE PRODUCTO	1
FORO: CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO	3
EVALUACIÓN DE LA UNIDAD	3
TOTAL	15 PUNTOS

ACTIVIDADES DE LA UNIDAD

TEMA	SUBTEMA	ACTIVIDAD
Estrategia de Producto en el Mercado Internacional	Definición del Producto y Clasificación del Producto.	Control de Lectura. Producto y Clasificación de Producto.
Estrategia de Producto en el Mercado Internacional	Portafolio de Productos y Posicionamiento del Producto.	Actividad. Portafolio y Posicionamiento del Producto.
Estrategia de Producto en el Mercado Internacional	Etiquetado del Producto y Envase y Empaque del Producto.	Actividad. Análisis de Etiqueta y Empaque de un Producto
Ciclo de Vida del Producto.	Ciclo de Vida del Producto.	Foro. Ciclo de Vida del Producto